

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna simbol-simbol logo kampanye peserta Pilkada DKI Jakarta 2012. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda. Tanda adalah sesuatu yang bagi seseorang berarti sesuatu yang lain. Analisa data menggunakan penjelasan deskriptif yang bersifat eksploratif. Uji validitas data yang digunakan menggunakan konteks fisik dan sosial, intertekstualitas, struktur tanda dan tanda lain, *common sense* dan akal sehat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa logo kampanye masing-masing peserta Pilkada DKI Jakarta 2012 memiliki makna yang berkaitan dengan visi misi mereka. Logo dibuat sebagai identitas organisasi kampanye. Setiap logo dibedah dan dianalisa perbagian meliputi simbol, bentuk, warna dan tipografi. Logo Foke-Nara fokus pada penyampaian pesan sebagai incumbent dan kekuatan untuk melanjutkan pembangunan. Logo Bang Adji – Bang Riza menyampaikan makna sebagai pasangan yang sederhana dan tenang. Logo Jokowi – Ahok memiliki kekuatan utama pada tagline-nya, yakni “Jakarta Baru”. Tagline ini berhasil mendorong pemilih untuk mendukung sesuatu yang baru. Logo Hidayat – Didik bermakna kegembiraan dalam pembangunan yang dibalut kebudayaan. Logo Faisal – Biem lebih menitikberatkan makna pada kebersihan, kesucian dan anti korupsi. Logo Alex – Nono berfokus pada tagline “3 Tahun Bisa!” sebagai kontrak politik dengan masyarakat. Dari keenam logo yang diteliti, logo pasangan Jokowi – Ahok merupakan logo yang paling berhasil menarik perhatian khalayak umum.